Welcome to Lake Yamanaka
The natural resort in the World.

FM山中湖

F M Ya ma na ka - ko

第四号 2005

季刊年４回　２０００部発行

お問い合わせ先：FM山中湖編集室
E-Mail:bonjour@image.ocn.ne.jp　FAX:0555-62-1512

来訪者の地域理解のために

山中湖が所在する富士箱根伊豆国立公園は、言わずと知れたわが国を代表する国立公園であり、日本の国立公園の誕生に大きな役割を果たしている。わが国最初の国立公園は昭和九（一九三四）年と同十一（一九三六）年の二回にわたって指定され、富士箱根（伊豆は後に追加）は二回目の指定である。大きな役割を果たしていると言っておきながら、二回目の指定とは腑に落ちないかもしれないが、実は二回目の指定となった最大の理由は指定事務の遅れだと言われており、今から考えれば少々残念な話である。しかし、それ以前に国立公園を誕生させようという動きがあり、明治四十四（一九一一）年の第二十七回帝国議会に「国設大公園設置ニ関スル建議案」が提出されている。これは、富士山を中心にいわゆる国立公園を作ろうというものであり、のちの国立公園法の制定（一九三一年）や前述した国立公園の指定に繋がる経緯を考えれば、日本の国立公園の誕生時において現在の富士箱根伊豆国立公園が牽引役を果たしたといえるのである。

現在、富士山北麓へ来訪する観光客は一年間にのべ約二千万人、そのうち約三七〇万人が宿泊客である（山梨県「観光客動態調査」）。この数字の大きさから、富士山北麓がいかに旅行者にとって重要な目的地であり、名実ともにわが国を代表する観光地となっているかを知ることができる。

平野からの富士山

これまで山中湖を含め富士山北麓では夏季に観光客が集中することが主要な課題とされてきたが、それ以上に重要な課題もあるように思う。それは観光地としてのイメージが単一であるということではないだろうか。財団法人日本交通公社の旅行者動向調査（一九九九～二〇〇三年）によると、富士五湖のイメージは「自然・風景が素晴らしい」が七割以上を、「他にない見どころがある」が一割以上（三割未満）を占めており、他のイメージに乏しい。例えば、その他の「歴史・文化が素晴らしい」や「伝統芸能・特産品」、「おいしい食べ物がある」などのイメージを持っている人は十人に一人もいないのが現状である。

富士山北麓を代表する観光資源である富士山が国土のランドマークあるいはシンボルとして機能してきたことを考えると、こうした単一なイメージがあることは至極当然の事実として受け止めざるをえないのかもしれないが、ここで危ういと思われることは「自然・風景が素晴らしい」や「他にない見どころがある」といったイメージはとかく視覚に結びつきやすいということである。

人間のもつ五つの感覚のうち、視覚および聴覚の二覚が「高級感覚」として『美』と特権的に関係づけられ、触覚、嗅覚、味覚の三覚が「低級感覚」として『美』との関係を拒否されてきたことは哲学の伝統の一つと言われるが、現在の観光の趨勢からすれば、いわゆる「高級感覚」である視覚以外の感覚をいかに使ってもらうかということが重要である。わが国の伝統的な観光形態である名所見物型の観光から、いかに体験学習型の観光へ転換するかが問われている。他の言い方をすれば、見る観光から体験する観光への転換、脱却である。

最近では、山梨県と環境省の主導により富士山北麓においてエコツーリズムの推進が図られ、山中湖村においても平成十七（二〇〇五）年六月にエコツーリズム推進協議会が設立されたばかりである。エコツーリズムによって、環境配慮型の観光が推進されることや地域経済への効果が期待されるが、それだけでなく地域をより深く知ってもらうためにも、見た目の美しさだけに終わらない地域の情報を発信していく必要があると考えている。

（平成17年9月20日記）

日本の野鳥「巣と卵図鑑」

160種の卵、600個の卵を一挙公開！細密イラストで野鳥の巣を美しく復元、卵は原寸大で表示。

図版　木村 修

世界文化社発行

調査年	観光地	自然・風景が素晴らしい	歴史・文化が素晴らしい	他にない見どころがある	バラエティにとんでいる	町並みが素晴らしい	伝統芸能・特産品	おいしい温泉がある	おいしい食べ物がある	その地ならではの遊び・楽しみがある	色々な活動や楽しみがある	いい宿泊施設がある	気軽によく居心地が良い	地域の人とのふれあいがある	にぎやかで楽しい	独特の雰囲気がある	清潔さや美しさが保たれている
2001	富士五湖	●		■													
2001	忍野八海	★		■													
2002	河口湖	★															
2002	知　床	●		■					■							■	
2000	白神山地（青森・秋田）	★		■													
2003	小笠原	★		■									■				
2000	屋久島（鹿児島）	●		■									■			■	
2002	弥苗代湖	★						■									
2001	磐梯高原	●						■									
1999	神戸（兵庫）	■	■	■	■	◆			■						■	■	
2003	中禅寺湖・奥日光	★	◆	■				■								■	
2000	日光（栃木）	◆	★	■			■	■								■	
2000	箱根（神奈川）	★	■					◆				■					
1999	京　都	◆	●	■	■	◆	◆		■			■				◆	■

●70%以上　★50%以上　◆30%以上　■10%以上（財団法人日本交通公社「旅行者動向調査」1990～2003年）

世界中を歩いてきた講師の登場！

頭ではわかっていても、物事を理解するには自分の五感を使い現実を見、聞き、嗅ぎ、味わい、触れて、初めてその本質を知ることができる。いつまでも『興味』を失わず、自分の足で世界中を歩いてきた日本人を今回の講師にお呼びして、森の寺子屋「第二回」の会場は、笑いに包まれました…。

森の寺子屋

第一回"森の寺子屋"（4月20日）で登場していただいた情報誌"かがり火"の発行人・菅原歓一氏のもとには、全国250を越える村・町や地域振興に取り組む支局長からの最新情報と活動報告が送られてくるそうです。

第二回（9月29日）登場の荻野洋一氏は、1966年から40年近くかけて、243の国と地域（現在、世界には250の国と地域があります）を訪れ、今なお残りの7つの国と地（新たな分離独立国ができると、さらに増える可能性あり！）に入国をし、『世界完全制覇』に燃えている旅人でした。

世界最多国訪問の日本記録を持ち、世界全ての国と地域へ行くというギネスブックの記録にも挑戦中の荻野さんの話は、時に笑いを誘う「シャレ」も飛び出し、会場の人々を知らず知らずの内に旅の世界へ引き込んでいき、満足感であふれていきました。

最長6年4ヶ月（1970～1976年）で100の国と地域を回った時は、アメリカで1年間働いたお金で、残り5年4ヶ月間分の旅の費用を貯めたお話は、単に幸運だったというより、社会状況、経済、を見る目と、頭脳を働かせた旅行術であり、将棋五段の腕（大学在学中に2年連続して将棋の学生名人になった）ならぬ技を生かし、何度も宿泊や食事がタダになった話しなど、バック旅行では経験できないドキュメンタリーの連続に、聴衆の心は旅に駆り立てられました。

中でも当時、親日的だった北欧では、宿泊したホテルで下着まで洗ってもらったり、南米では日本人というだけで、御招待の連続にあずかり「ナンベーン!!」でも行きたい、と思った…という思い出話には、観光業にたずさわる山中湖村の人々に多くのヒントを与えてくれるものでした。観光業にとって究極の言葉「おもてなしの心」は、旅行者を、又行きたいと思わせるサービス精神にある…と、再認識させていただきました。

主催者の工藤氏（右）と講師の荻野氏

授業は『おもしろい』『ためになる』『役に立つ』

"森の寺子屋"第一回で「村おこし」「地域づくり」に取り組んでいる全国の講師を招き、苦心と成功に至るドキュメントを語っていただく教室ですとお知らせしたため「環境再生」「自然保護」の団体の勉強会と勘違いされた方がいたようですが"森の寺子屋"は、もっと柔軟な考えのもとに、皆さんに「元気を出してもらう」ための"変"差値の高い講師をお呼びして「おもしろい」「ためになる」「役に立つ」お話を聞く教室です。今後も、年3～4回を企画しておりますのでご参加下さい。

◎お問合せ

「森の巣ギャラリー」工藤へ

青いタキシード

山中湖に住んでから初めて、オオルリを間近で確認できた。二階アトリエの天窓越しに電線に止まっており、距離およそ四メートル、レンズを通さずこの眼で、フタロ・シアニン・ブルーから徐々に濃くなるような、深みのある鮮やかな背、胸から腹にかけての透き通るような白を堪能できた。

止まり木が電線では無く、新緑の枝であったなら、杉の窓枠の額縁と合い一幅の絵を観ているようであった。一声聞かせてとお願いしたのだが、そんな気分でもないのか、羽づくろいをしたりして、四・五分程だったか、パーティーにでも出席しそうなブルーのタキシード姿を披露して飛び去った。"ありがとう"感謝と共に再会を願った。

そのよく年の春、家の前の坂道で数人何やら騒いでいる。そのうち私を呼ぶ声がした「木村さーん、雀の尻尾のないのが、道の真ん中にいるんだけど、車にひかれちゃうよー、危ないよー」と、えー本当かなと疑いつつ、階下へ降り現場へと急ぐ、小さな黒っぽい固まりが見えて来た。近づいて良く観ると、巣立ち直後の雛と思われる。まるで縫いぐるみの様な姿で、道の真ん中に立っている。人間とは初めての遭遇なのだろう。人々に囲まれながら、逃げようともせず、佇んでいる。

間近でよく観察すると、どうもオオルリのような気がする。「これは雀じゃないですね、たぶんオオルリだと思います。この近くで営巣して、巣立ちしたばかりでしょう。近くに親がいるはずですから、そっとしておきましょう」と言うが、立ち去る気配はなく、ややもすると持ち帰りそうな雰囲気である。これはまずい、「少し弱っているようなので私が手当てをしてから帰しましょう」と適当な理由をつけ家へと一時避難する。外を見るとまだ何人か残っている。

連れて来られた当の本人は、「どうして私はここにいるの」てな具合で、居間のカーペットの上でキョロキョロしている。よく観察し図鑑を調べ、富士の自然を撮っている知り合いのカメラマンに連絡してみる。「たぶん80・90％オオルリでしょう」との返事。脚の大きさが、他の雛に比べ数倍大きい事などを考慮するとやはりオオルリである。

鳥見にでかけたところで、まず出会うことは無いだろう。生涯会うことも無いであろう巣立ち雛、ここで出会ったのも何かの縁である。早速スケッチをはじめる。指に乗せてみるとさすがに脚力が強い。暫く地上性であることに納得。

描き終わり外を見ると人影は無い、皆帰ったようだ。雛を指に乗せ道路脇の森へ入り、唐松の倒木の樹上に乗せた。直後、後方から「ジェッ、ジェッ」と鳴き声が、見上げると鮮やかなブルーと地味な色の鳥が威嚇してくる。近くで一部始終を見ていたのであろうか。我が子を連れ去ったこの不届き者と言わんばかりに怒っている。。申し訳ございません。お返しに参りました。と早々に退散した。

青い鳥、日本で見られる代表的なものは、オオルリ、ルリビタキ、コルリの三種類、私はまだコルリを確認していない。幸せを運ぶと言う青い鳥、人間による環境破壊で、この鳥達が不幸になる時、人類に災いが訪れるであろう。

この山中湖で生活していながら、オオルリの存在を知っている人は、どれほどいるのだろうか。

どこの馬の骨 essay vol.1

森と湖の村にやってきた

「僕は湖畔じゃ落ち着かない」

僕たち家族が山中湖に移り住んで三度目の冬を迎えようとしている。山中湖の秋は相変わらず美しく、窓からの陽光は少しずつ冬の気配を帯びてくる。

こんな季節は湖畔の店に行き、観光客も少ないから窓際の席を陣取って、釣り人のボートがのんびりと湖上を漂う様子を眺めながら静かにコーヒーでも飲みたいものである。しかし僕は湖畔じゃ落ち着かないのである。

美しくない(と、この際はっきり言ってしまおう)湖畔の景観が気になってしかたがないのだ。「文字バランスが悪いなあ、もうちょっとこうすればいいのに。あっちの看板は色が良くない。それにサイズもだめだ。第一、狙いが分からないし」とさまざまな看板から始まって店の造り、木の植え方、駐車場の場所、気になるところをあげるときりがない。

どうぞ許してほしい。実は「取材記者」という仕事と「広告宣伝デザイン業」という仕事を合わせて三十年も続けてしまった結果なのだ。十数年前に宣伝業で独立したのだが、各社の企画宣伝を請け負い、媒体への広告出稿やニュースリリースの作成、イベントや美術館のポスターデザイン、店舗のロゴマークや看板のデザイン、サービスのマニュアルを作っていたこともある。この間に交わした名刺の数は二万枚を超えた。

広告や宣伝というのは客を呼ぶための作戦であり、工作である。効果が上がらなければ仕事は来ない。都市部の厳しい生存競争を勝ち抜くためにはどのクライアントも真剣で、経費に対する効果にもシビア。僕も手抜きはできなかった。

そんなわけで、僕はあちこちの店や施設に入っても落ち着かない。トップのこだわりやねらい、そして気合いは雰囲気でわかるし、それが伝わってくるところは気持ちが良いのだが、山中湖では僕の気持ちは穏やかでいられない。

さらに向かいの席に座った妻は妻で、「あそこの店にあの色は合わないと思うんだけど…。なんであんなふうにしちゃうのかな」などと会話を仕掛けてくる。

無理もない。妻は僕の仕事を十数年手伝っているヒトで、いつもコンピューターの前で「あと2ミリ字を右下に動かして。この色は黒を一〇%足して。こっちの文字は九五%に縮小して…」という僕の細かい指示をブータラ言いながらこなしているのである。

あんまり二人で文句を言っていても始まらないから、家でコーヒーを飲むことが多くなった。幸い我が家は湖畔から少し入ったところで、テーブルに座ると周囲の林しか見えない。

山中湖は大好きなんだけど、ちょっと言わせてもらえば

一度、観光協会が開いたセミナーに参加して、湖畔の景観について意見を言ったことがある。会議終了後、二人の御婦人がわざわざ近付いて来て「おっしゃる通りだと思います」と感想を述べてくれた。でも他に手ごたえは無く、こちらも新参モノだしな…と参加をやめてしまった。だいたい湖畔の景観を良くするなどという大作業は「みんなの総意で決めましょう」というテンポでやっていたら、何十年もかかってしまう。

人生を楽しむコツは、ストレスを喜びに変換してしまうこと。僕ら夫婦はいろいろ考えた上、「よそんちのことを気にしていてもストレスがたまるばかりだ。よし、自分たちの店を作り、思いの丈を注ぎ込んでみよう。ただし、予算内で」ということになった。

決めてしまえば即実行。今年四月末に着工し自ら大工道具を操り、七月には自宅脇に小さな店舗「マーリンズ・ピクニックサンドイッチ」をオープンさせた。

さて、店を通していろいろな人と知り合うチャンスが増えた。代々山中湖に住んでいる地元の人。別荘を所有し、年に数日から数カ月訪れるという別荘の人。我々のように他の地域から移り住んできたヨソモノの人。観光や合宿の人。大別すればこんなところだろうか。それぞれが山中湖に対して、こうなってほしいという気持ちを抱いている。それは必ずしも一致しないが、確かな共通点がある。「なぜか山中湖が好き」ということだ。

山中湖は今、何とかして村を活性化させなければ、とあえいでいるように見える。いろんな場所で「山中湖の観光資源は自然である」という種類の提案を目にするが、じゃあ実際にその観光資源である自然を汚すことなくどうやって経済活動に結び付けるのか、という点ではアイデアを出すことに頭を抱えているのかもしれない。

たとえば全国で「山中湖を今後どうしたらいいか」という国民アンケートを実施するところを想像してみてほしい。山中湖村の行政や、観光協会、あるいは村議会などが目指しているものとはだいぶ違った答えが出てくるだろう。「言わせてもらえば、若いおニイちゃんがカノジョを連れて(今日はキメルゾ)と思いながら自慢の車でドライブしてきて湖畔で写真を撮ろうと思ったとき困るのだヨー」と言いたい。オシャレなロケーションがなければ滞留してくれる頻度も少ない。

僕たちが都会の生活を捨ててここへやってきたのは、自然の多い山中湖が好きだからであり、ここで家族で生きて行きたかったから。現在は「本当に来てよかったね」と会話を交わしている。

東京という大都会にとても近い恵まれた大自然。雑木林の存在感、少し湿った空気感、カエル、トカゲ、カミキリムシ、モグラ、ミミズ、そしてたくさんの美しい野鳥……生命がみなぎる森の中に我が身を置くことができる安心感。同時に芽生えてくる自然への畏怖の念。標高千メートルの魅惑の湖…。

自分たちに都合の良いことだけをやっていたら、どこにでもある雑多な街になってしまう。今の時代に真剣に歴史に残る村づくりをしなければ、次の世代は我々の作ったものを決して保存してはくれないだろう。僕たちが、そして我が子たちが逃げ出したくなるような村にだけはならないでほしいものである。(原子)

Picnic Sandwiches all ¥430

Take out only

マーリンズは2005年夏にオープンした
手作りサンドイッチの小さなお店です。

勝手ながら、11月〜3月は
冬期休業させていただきます。
来年の春、雪が解けるころ、
皆さんに再びお会いできるのを
楽しみにしております。
どうぞよろしくお願いいたします。

Merlin's
PICNIC
SANDWICHES
マーリンズ・ピクニックサンドイッチ
phone 0555-62-1772

山梨放送

富士山麓日記

毎週土曜日
夕方6:50から放送
[映像：伊藤 浩美]

ネイチャー・カメラマン 伊藤 浩美の 山中湖フィールド・ノート

ともすれば、この山中湖に住んでいるのは、私たち人間だけのように思われがちですが、よく周りを見回してみると、様々な生き物たちが生活しているのに気が付きます。

森の中は無論、湖の中、山の上、そして庭先や家の中にも、至る所であらゆる生き物が見られます。動物や昆虫、花や木。彼らと同じ場所に住んでいながら、私達は彼らが一体どういう生き物であるかをあまり知らず、また興味も持たず…。恐らく我々人間には彼らと一緒に暮らしていると言う感覚は殆どないと思われます。日々人間としての生活を忙しくしているので、それは当然のことと言えましょう。でも、彼らが何であり、どう生きているのかがわかってくると、きっと共に生きていると言う実感が少しずつ湧いてくると思います。そして、同時にこの富士山麓の山中湖という、私達が生活している場所が一体どういう場所なのかが見えてくるように思います。

そこで、この場を借りて、ここに暮らしている様々な生き物を紹介していこうと思います。ただし、ここでは難しい学術的なことは抜きにして彼らの地道な生活の様子を少しでも感じて頂ける内容にしていきたいと思います。

オニグルミ
村内各地で普通に見られる

実の大きさはおよそ3cm。緑色でブドウの房のように枝についている。リスやネズミは果肉をかじり取って中の硬い殻のクルミを取り出し、さらにその硬い殻を歯で割って中だけを食べる。一部のクルミはこの様にしてその場で食べられてしまうが、動物も全ては食べきれない。そこで土の中に隠す（貯食）。そして、貯食したクルミをうっかり忘れてしまうことがある。結果的に忘れられたそのタネは、やがて土の中から芽を出すことができるという仕組み。

樹木

生き物というと、どうしても動物や虫、野鳥など目に見えて動くものを思い描きがちですが、静かに生きる植物たちも、生き物の仲間だと言うことは言うまでもありません。春に芽生え、夏に成長し、秋に実をつけ子孫を残し、じっと冬を耐える。時間のサイクルが長く、その場では動いているように見えないことが生き物といわれてもピンとこない理由かもしれません。

さて、秋のこの時期は次の世代に子孫を残すため、動物たちは様々な工夫をしています。植物にとってタネは未来に繋ぐタイムカプセル。いかにして冬を乗り切り、春に芽生えさせるか、どのようにして仲間を増やすか、人の思いもよらない様々な方法で試行錯誤して生きているのです。今回はその中でも、今の時期によく見られる木の実の巧みな作戦を紹介しましょう。

ツノハシバミ
村内各地で見られる

春に咲く花も特徴的だが、この時期に見られる実も一度見たら忘れられない。牛の角のような形の実は表面を短い毛で覆われていて、とても暖かそう。この木のタネは鳥が好きで、シジュウカラやヤマガラなどが、殻を割って中にあるヘーゼルナッツの様な種を盛んに食べているのを見かける。特にヤマガラは貯食行動も見られる。そして、食べ切れなかったタネを、樹皮の隙間や地面に落ちた枯葉の下などに隠す。忘れられたタネはやがて芽を出し成長していく。

ツリバナ
村内各地で見られる

遠くからでもそれと判るほど、ツリバナの実も特徴がある。目の覚めるような鮮やかな赤い色、傘の様に開いた下にオレンジ色の5個の小さい実がぶら下がって見える。落下したツリバナの実もネズミなどの動物や鳥に食べられ、別の場所へ運ばれていく。果肉は消化されて、糞に混ざって出てきたタネが新天地に落ちる。そしてこの糞が栄養になり、タネはやがて芽を出す。動物に食べてもらい、より遠くへ、そして確実に子孫を残そうという、一石二鳥の画期的な作戦。

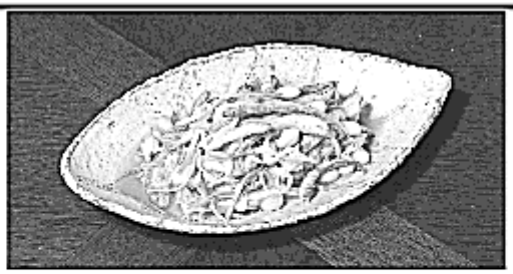
tekke・tekke・cookcook

大豆と根菜とわかさぎのマリネ

食欲の秋、冷蔵庫の中には「待機する食材」「理もれた食材」が徐々に増え、拮抗し合い、今や遅しと出番を待っている…

そして木々が色付き、そして冬を迎えようとする湖には、わかさぎ釣りの小船が姿をちらほらと現われました。わかさぎは脂肪含有量が3%という少なさから、さっぱりとした味わいが人気です。

今回は、そんな「冷蔵庫の食材」とわかさぎのさっぱり感を生かしたマリネをご紹介。



●材料（4～5人分）

わかさぎ・・・200g
乾燥大豆・・・50g
ごぼう・・・1/4本
蓮根・・・・1/4本
にんじん・・1/4本
玉ねぎ・・・1/2個
小麦粉・・・適宜

〔マリネ液〕
酢・・・・100cc
はちみつ・・大さじ2
醤油・・・・大さじ2
塩・胡椒・・・少々

●作り方

① 大豆を一晩ふやかし、水気を取っておく。わかさぎも水洗いして、水気を切る。
② ごぼうはささがきにして水にさらし、蓮根はいちょう切りにして酢水に漬け、にんじん玉ねぎは千切りにしておく。
③ ①の大豆、②のごぼう・蓮根を素揚げする。わかさぎは薄く小麦粉をつけ、揚げておく。
④ マリネ液を混ぜ合わせて、油を切った③と千切りのにんじん玉ねぎも入れる。2、3時間マリネする。

Naoko TAKAMURA

FM 山中湖
Welcome to Lake Yamanaka
The natural resort in the World.
FM Yamanaka-ko

●2005年11月10日発行●季刊年4回発行●第四号
●発行人/編集人　高村 達也
●編集アドバイザー　斉藤 崇年（KDDI）
●Special Thanks　山本 清龍（東京大学）　坂田 史男（ドイツ観光局）
工藤 博幸（森の巣ギャラリー）　原子 博行（マーリンズ）
木村 修　（自然細密画家）　伊藤 浩美（映像カメラマン）
高村 安浩

●FM山中湖編集室　山梨県山中湖村山中９９
Mail:bonjour@image.ocn.ne.jp　FAX:0555-62-1512
http://www.fujitaya.org/fmyamanakako/index.htm

(バック・ナンバーはこちらのページからご覧いただけます)

※ このミニコミ紙に掲載する記事＆広告を募集しております。お問い合わせは上記編集室までE-メール、ＦＡＸまたは郵便にてお願い致します。